



⑮ **BUNDESREPUBLIK  
DEUTSCHLAND**



**DEUTSCHES  
PATENT- UND  
MARKENAMT**

⑫ **Offenlegungsschrift**  
⑩ **DE 100 63 828 A 1**

⑤ Int. Cl.<sup>7</sup>:  
**G 06 F 17/60**

⑳ Aktenzeichen: 100 63 828.7  
㉔ Anmeldetag: 21. 12. 2000  
㉕ Offenlegungstag: 23. 5. 2001

Mit Einverständnis des Anmelders offengelegte Anmeldung gemäß § 31 Abs. 2 Ziffer 1 PatG

㉑ **Anmelder:**  
Döhring, Martin, 55122 Mainz, DE

㉒ **Erfinder:**  
Antrag auf Nichtnennung

**Die folgenden Angaben sind den vom Anmelder eingereichten Unterlagen entnommen**

- ⑤④ **Kommerzielles elektronisches Warenwirtschaftssystem als virtueller Handelsplatz mit "some-to-some"-Technologie**
- ⑤⑦ **Beschrieben wird in dieser Erfindung ein Warenwirtschaftssystem und auch ein virtueller Marktplatz für Produkte der Marktwirtschaft, dazu die notwendigen Algorithmen und das zugrunde liegende kommerzielle S2S(some-to-some)-Geschäftsmodell.**

**DE 100 63 828 A 1**

**DE 100 63 828 A 1**

## Beschreibung

- Diese Erfindung beschreibt ein Geschäftsmodell, welchem ein online-Direktvertrieb verschiedener Handelspartner und Abnehmer nach der hier erstmals offenbarten S2S-Technik (some-to-some e-business) im elektronischen Handel. Diese Erfindung leistet einen Beitrag zur Lösung des Distributionsproblems von Waren in einer kapitalistischen Gesellschaft.

## Das Problem

- Im Biotechnologie- und Gesundheitsbereiche (Pharmazie und Medicalproduktehersteller) existieren viele kleine Nischenanbieter, insbesondere sogenannte Start-Ups, also Neugründer, welche intelligente Lösungen, genauer Dienstleistungen oder Produkte herstellen. Für die Spezialfirmen ist es mitunter schwierig Abnehmer für ihre Produkte zu finden. Aber auch an die Abnehmerseite, also andere Firmen, Institute, Labors, Kliniken und Arztpraxen hat es nicht einfach, den Markt nach geeigneten Produkten zu durchsuchen. Bislang verläuft der Handel zwischen diesen Spezialanbietern (some) und den Abnehmern (some) fast ausschließlich über Vertriebsspezialisten, also Handelsvertreter, die die Produkte den Abnehmer persönlich vorstellten. Die Lösung ist ein Transaktionsmodell im Internet, man kann dies auch als einen virtuellen Marktplatz bezeichnen, wo spezifisch Anbieter und Abnehmer zusammen kommen.

- Der Gesundheitsmarkt in Deutschland ist ein großer: Auf ca. 525,6 Milliarden DM schätzt das Statistische Bundesamt in Wiesbaden im "Datenreport 1999" das Geldvolumen der Ausgaben. Nach internen Schätzungen werden davon mindestens 30% in nicht ferner Zukunft elektronisch, bzw. online verbucht. Zwei Zielgruppen wurden als entscheidend ausgemacht, nämlich 282.000 selbstständige und angestellte Ärzte, dazu 62.000 Zahnärzte. Der online-Markt boomt. Die hier neu vorgestellte Plattform "Gesundheitsportal" mit dem zugrundeliegenden Geschäftsmodell "some-to-some" ist der Königsweg des E-Business im Gesundheitsbereich. Dieser spezielle virtualisierte Marktplatz bringt nur spezifische Kunden mit spezifischen Anbietern zusammen. Der Marktplatz "Gesundheitsportal" bietet die Integration durchgängiger Geschäftsprozesse und bietet den Teilnehmern einen Mehrwert. Elektronische Marktplätze sind verlockend. Aus Sicht des Anbieters vereinfachen sie den Vertrieb, für den Kunden ist der Einkaufsprozess schneller und preisgünstiger. Für den Verkäufer ist der Akquise-Aufwand geringer, der Kunde kann das Warenangebot und die Preise vergleichen. Das "Gesundheitsportal", also der virtuelle Marktplatz im Gesundheitswesen ist ein Win-Win-Szenario. Aufträge gehen elektronisch ein, per Email, ebenso die Auftragsannahme, respektive Bestätigung. Der Logistikpartner bekommt ebenso elektronisch einen Auslieferungsauftrag und sorgt dafür, daß die bestellte Ware binnen 24 h beim Kunden ist. Die Abrechnung des Geldes erfolgt elektronisch und automatisch.

- Registrierten Kunden wird ein Konto geführt, alle Geldtransaktionen werden automatisch verbucht. Auf jede finanzielle Transaktion innerhalb des Geschäftsmodells wird eine Provision erhoben. Der Provisionssatz ist verhandelbar, dieser hängt daneben auch davon ab, ob der Anbieter Leistungen der Logistik in Anspruch nimmt, oder selbst für die Lieferung seiner Waren sorgt. Beschrieben wird in dieser Schrift also ein hochverfügbares Warenwirtschaftssystem von Profis für Profis. Weil Laien durch das Anmeldesystem ausgeschlossen keinen Zugang zum "Gesundheitsportal" haben, ist auch der Handel mit Arzneimitteln von Hersteller zu Apotheker oder Klinik statthaft und wird vom System unterstützt. So bietet das "Gesundheitsportal" einen neuen Vertriebsweg für Medikamente, ohne das Arzneimittelgesetz zu verletzen. Anbieter können ihren Produktkatalog in das Webangebot, also in den Content des "some-to-some"-Portals aufnehmen lassen. Ein Abbildungssystem unterstützt den Anbieter, sein spezielles Produktangebot automatisch erfassen zu lassen. Das beschriebene Handelssystem ist nur auf eine Branche, das Gesundheitswesen, beschränkt, aber nicht auf Medikamente, auch Medicalprodukte aller Art, wie z. B. Betten oder Diagnostikgeräte oder Dienstleistung können gehandelt werden. Daneben existiert ein Stellenmarkt. Dadurch werden eigentliche Kunden zu Anbietern und vice versa. Webpages im Internet die Fachleuten vorbehalten bleiben, sind durch Passwortkontrolle gesichert, nur registrierte und überprüfte Anwender haben Zugang zum eigentlichen Gesundheitsportal. Die Konten der registrierten Anwender werden über deren Kreditkarten, resp. bisherige Bankverbindungen turnusmäßig abgeglichen, d. h. Überschüsse, also Gewinne aus dem Handel landen bei der Bank, Debits, also Rechnungen für Käufe, werden von der angegebenen Bankverbindung abgebucht und sorgen für eventuellen Ausgleich eines Minusstandes (Soll). Wichtiges Kennzeichen des Gesundheitsportals ist die "some-to-some"-Technologie, die speziell entwickelte modulare Softwarebestandteile, also Computerprogramme oder Algorithmen für Prozeßrechner, in einen Gerätekontext zwischen dem PC der Endbenutzer, dem Internet und dem zentralen Warenwirtschaftssystem stellt.

- Technisch gesehen besteht das System aus einem Zentralrechnersystem – der sogenannte Server – mit dauerhafter Internetanbindung. Durch direkte Verbindung an das "backbone" wird eine hohe Datentransferleistung gewährleistet, die sogar für TV-Übertragungen in akzeptabler – dem herkömmlichen Fernsehen vergleichbaren – Qualität sorgt. Verschiedene getrennte Datenbanken werden durch das Managementsystem kontrolliert. Es existieren getrennt: Kontenführungsdatenbank, Katalogdatenbank, innere eigene Datenbank für das Managementsystem, Benutzerdatenbank, sowie Repository. Das System, also der Server, ist 24 h am Tag online, sieben Tage die Woche. Endbenutzersysteme bestehen aus handelsüblichen PCs mit einem Browser und Internetzugang, wie z. B. einem der Firmen Microsoft oder Netscape, um nur einige zu nennen. Übertragen werden hauptsächlich html (hypertextmarkuplanguage) Dateien.

## Modulare Softwarebauteile (Programme, Algorithmen für Prozeßrechner)

## MATCHING

- Das Modul "Best-fit" bringt Anbieter und Käufer zusammen. Bei einem jedem Geschäft sollen Interessen ausgeglichen werden, das Modul "Best-fit" erforscht die Interessenlage der Teilnehmer und führt für Transaktionen geeignete Paare zusammen. Das Modul "Best-fit" ist das tragende Element der some-to-some Technologie.

# DE 100 63 828 A 1

## Softwarealgorithmus Modul "Best-fit"

Der Algorithmus beschreibt den Anbieter-Abnehmer-Prozeß und ist innerhalb des elektronischen Warenwirtschafts-systems integriert. Der Algorithmus steuert die Zusammenarbeit zweier Prozesse Producer und Consumer. Prozeß Pro-ducer generiert n Informationselemente durch Aufruf der Prozedur Generate und schickt sie über den Kanal c an Prozeß Consumer. Dieser empfängt die Werte und schreibt sie aus (Nachricht oder Druckausgabe). 5

ProducerConsumer( ↓ n)

local c: Channel;

Producer

- Prozeß Producer

local info: Integer;

begin

for i:=1 to n do

Generate ( ↑ info)

- Prozedur Generate

Sendc ( ↓ c ↓ info)

end

end Producer

Consumer

- Prozeß Consumer

local info: Integer;

begin

for i:=1 to n do

Receivec( ↓ c ↑ info); Write( ↓ info)

end

end Consumer

begin

- ProducerConsumer

parallel Producer || Consumer end

end ProducerConsumer

Datenzentralisierung

Daten, die nicht ständig gebraucht werden, werden in einer oder mehreren zentralen Datenbanken für alte Benutzer verfügbar gehalten und gepflegt, dadurch wird gespart, daß jeder Benutzer Daten in großer Menge halten und pflegen muß.

Logistikpartner

Die Auslieferung von Waren oder Produkten an Kunden übernimmt in der Regel ein Logistikunternehmer, wie z. B. die Deutsche Post und oder ein anderer Unternehmer.

Optimierter Beschaffungsprozeß

Die vollständige Digitalisierung erlaubt unter anderem den Preisvergleich einzelner Produkte und führt den Verbraucher bei Bedarf zur Bestellseite des Anbieters.

E-Commerce

Im Allgemeinen wird unter E-Commerce der Handel im Internet verstanden, der Begriff ist jedoch nicht trennscharf, sondern erschreckt sich auf alle digitalisierten Handelssysteme und Transaktionen.

Trustcenter

Eine Instanz, welche die Authentizität von Benutzern durch Verleihung digitaler Signaturen sicherstellt und die Validität gewährleistet wird als Trustcenter bezeichnet.

Authentizität

Der jeweilige Transaktionspartner wird glaubwürdig und nachweisbar identifiziert. Rechtsverbindliche Vorgänge wer-

den so unverfälschbar dokumentiert

#### Digitale Signatur

- 5 Eine digitale Signatur dient als Unterschrift unter ein Dokument, oder eine Nachricht oder allgemein Transaktion. Durch die Signatur wird sichergestellt, dass das Dokument tatsächlich vom angegebenen Absender stammt und dass es auf dem Weg durch das Internet nicht verändert wurde.

#### Integrität

- 10 Die Datenleitung ist abgeschirmt, so daß diese sichere Datenverbindung das Manipulieren und Abfangen übermittelter Informationen gewährleistet. Eine mißbräuchliche Nutzung durch Dritte ist so ausgeschlossen.

#### Public-Key-Verfahren

- 15 Es gibt öffentliche und geheime (private) Schlüssel, nur mit einem Paar aus beiden kann der jeweilige Benutzer damit eine kodierte Nachricht entschlüsseln.

#### Verbindlichkeit

- 20 Durch die Kombination obiger Verfahren werden Transaktionen des Benutzers rechtsverbindlich. Vertraulichkeit: Durch die Verschlüsselung von Nachrichten durch Kodierung, i. e. das obenbeschriebene Public-Key-Verfahren ist sichergestellt, das auch innerhalb eines öffentlichen Netzwerkes nicht ausspioniert werden kann und das der Informationsgehalt einer Nachricht, dem Empfänger vorbehalten ist.

#### In Frage kommende Druckschriften

- 25 Franz Xaver Fuchs: Ärger mit den Pillen per Post. BUSINESS2.DE Dezember 2000 S. 40–41  
Walther, A.: Patentoase Deutschland NETINVESTOR 12.00 S. 68–72  
30 IHK Rheinhessen: E-Commerce: Höchste Zeit für Zauderer. Wirtschaftsreport 10/2000 S. 8  
Hermann, M.: Konjunkturforscher ignorieren den elektronischen Handel noch. IT. SERVICES 7/00 S. 10–11  
Schmitz, U.: Web und Arznei, die schwierige Liaison. NETINVESTOR 9.00 S. 68–72  
Kuppinger, M.: B2B-Marktplätze. IT-Journal 6.2000 S. 32–34  
Broecheler, K.: Der dritte Weg. SUXXESS November 2000 S. 6–10  
35 President and Fellows of Harvard College: Discovering New Value in Intellectual Property. Harvard Business Review. Nr. 1 Jan/Feb 2000  
Meding, M.: Virtuelle Marktplätze im Gesundheitsmarkt. Webtrade Juli 2000 S. 16–18  
Hammerl, H.: Signaturen und Schlüssel. OFFICE Journal 6/2000 S. 46–47  
Borst, S.: Vom Programm zum Patent. BUSINESS 2.0 Nr. 11 S. 118  
40 Rechenberg, Pomberger: Informatikhandbuch. Hanser Verlag München Wien 1997  
Martin PC: Der Kapitalismus, ein System das funktioniert. Goldmanntaschenbuch

#### Patentansprüche

- 45 1. Ein virtueller Markplatz im Internet, bestehend aus Hard- und Software, als elektronisches Direktvertriebsmodell im Internet unter Ausnutzung der in dieser Erfindung offenbarten S2S(some-to-some)-Technologie.  
2. Ein virtueller Markplatz, bzw automatisiertes Handelssystem, bei dem einzelne registrierte Hersteller (some) mit einigen registrierten Abnehmern (some) kommerzielle Transaktionen durchführen.  
50 3. Ein elektronisches Warenwirtschaftssystem, bzw automatisiertes Handelssystem, bei dem der Betreiber Einnahmen durch Provisionen erhält, d. h. ein frei vereinbarter Prozentsatz des bei einer Transaktionen umgesetzten Umsatzvolumens geht als Entgelt an den Betreiber  
4. Schlüsselfunktionen, bzw Algorithmen, die für das Betreiben des Handelssystems notwendig sind.

55

60

65